Deutscher Bundestag
13. Wahlperiode

Drucksache 13/2351

18. 09. 95

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Halo Saibold und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Tourismusmarketing für die Bundesrepublik Deutschland im In- und Ausland

Seit Jahrzehnten wird Unzufriedenheit über die Strukturen und die mangelnde Effektivität der bestehenden (Marketing-)Organisationen im Fremdenverkehr geäußert. Durch die Vorfälle bei der DZT und dem allgemeinen Rückgang der Besucherzahlen spitzte sich die Lage zu. In Zusammenhang mit den jüngsten Austritten der regionalen bayrischen Tourismusverbände aus dem DFV wurde die Existenz einer zweiten Tourismusorganisation massiv in Frage gestellt. Die Forderung nach besserer Vermarktung des Reiselandes Deutschland wird immer lauter und deutlicher erhoben.

Zur besseren Beurteilung der vielfältigen Möglichkeiten einer Umstrukturierung fragen wird die Bundesregierung:

1. Sieht die Bundesregierung die Notwendigkeit, die gesamten Fremdenverkehrsstrukturen innerhalb der Länder und auf Bundesebene zur Effizienzsteigerung neu zu organisieren und umzustrukturieren?

   Würde die Notwendigkeit einer Umstrukturierung im Bund-Länder-Ausschuß bereits thematisiert?

   Wenn nein, wann ist dies beabsichtigt?

2. Ist es nach Meinung der Bundesregierung zur Erhöhung der Effektivität sinnvoll, in- und ausländisches Tourismusmarketing für das Reiseland Deutschland in einer Organisation zu bündeln?

3. Welche Organisationen und Regierungsstellen betreiben im Ausland Öffentlichkeitsarbeit für die Bundesrepublik Deutschland, und wie hoch ist deren jeweiliges Budget?

4. Mit welchen dieser Organisationen wäre die Zusammenarbeit einer Tourismusmarketing-Organisation sinnvoll und möglich?

5. Wie ist in anderen europäischen Ländern das Marketing für die jeweiligen Länder im In- und Ausland organisiert, und welche Geldbeträge (staatliche und privatwirtschaftliche) stehen diesen jeweiligen Organisationen zur Verfügung?

6. Mit welchen Organisationsformen der Marketing-Aufgaben wurden die besten Erfahrungen gemacht und die größte Effizienz erreicht?

7. In der Bundesrepublik Deutschland wird an der Einführung eines einheitlichen Informations- und Reservierungssystems gearbeitet. Die „Deutsche Informations- und Reservierungsgesellschaft mbH" wurde vor kurzem gegründet. Ist nach Meinung der Bundesregierung tatsächlich sichergestellt, daß hier die bereits vorhandenen sog. Insellösungen mit eingebunden werden können, so daß keine wie auch immer geartete Monopolstellung dieser neuen Gesellschaft entsteht?

   Oder werden große technische Schwierigkeiten bei der Umsetzung erwartet, und wenn ja, welche?

8. Es ist naheliegend und sinnvoll, diese Informations- und Reservierungsgesellschaft als Dienstleistung bei einer neu zu schaffenden Marketing-Organisation anzusiedeln. Wird die Bundesregierung solche Bemühungen begrüßen und unterstützen, gerade auch da die bisher bestehende und bei der DZT angesiedelte Allgemeine Deutsche Zimmervermittlung (ADZ) nun eingestellt wird?

   Ist vorgesehen, neben der Werbung für das Reiseland Deutschland auch Serviceleistungen anzubieten, durch die sichergestellt werden könnte, daß auch die Interessen der kleinen und mittleren Organisationen und Betriebe gewahrt bleiben?

Bonn, den 18. September 1995

Halo Saibold
Joseph Fischer (Frankfurt), Kerstin Müller (Köln) und Fraktion

Druck: Thenée Druck, 53113 Bonn, Telefon 91781-0
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 13 20, 53003 Bonn, Telefon (02 28) 3 82 08 40, Telefax (02 28) 3 82 08 44
ISSN 0722-8333